

**PERAN *TALENT ANAK*
DALAM *TELEVISION COMMERCIAL***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Perspektif Perancang Iklan
Dalam Pemilihan *Talent Anak* Untuk *Television Commercial* Pada
Iklan TRI Indie+ dan Iklan Lifebuoy 5 Tahun untuk NTT)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom)

Oleh :

GREGORIUS MARIO HUGO FERNANDEZ

100903973

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN TALENT ANAK DALAM TELEVISION COMMERCIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Perspektif Perancang Iklan Dalam
Pemilihan Talent Anak Untuk *Television Commercial* Pada Iklan TRI Indie+
dan Iklan Lifebuoy 5 Tahun untuk NTT)

Skripsi ini disusun guna melengkapi tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : GREGORIUS MARIO HUGO FERNANDEZ

No Mahasiswa : 100903973

Disetujui Oleh :



Desideria Cempaka S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERAN TALENT ANAK DALAM TELEVISION COMMERCIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Perspektif Perancang Iklan
Dalam Pemilihan Talent Anak Untuk Television Commercial Pada
Iklan TRI Indie+ dan Iklan Lifebuoy 5 Tahun untuk NTT)

Penyusun : Gregorius Mario Hugo Fernandez

NPM : 100903973 / Komunikasi / Advertising & Marketing Comm.

Telah diujikan dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang
diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : 23 Mei 2014

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Pendadaran III

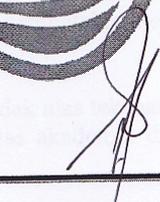
TIM PENGUJI

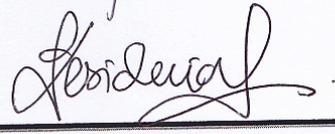
F. Anita Herawati, SIP., M. Si.
Penguji Utama

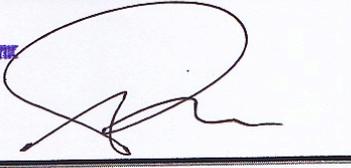
Desideria Cempaka S.Sos., M.A.
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S. Sos., M. A.
Penguji II









PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gregorius Mario
NPM : 100903973
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : PERAN KARAKTER ANAK DALAM TVC
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Perspektif Perancang Iklan Dalam Pemilihan Karakter Anak Untuk TVC)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 23 Juni 2014

Saya yang menyatakan



GREGORIUS MARIO HUGO FERNANDEZ

PERAN TALENT ANAK DALAM *TELEVISION COMMERCIALS*

**(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Perspektif Perancang Iklan
Dalam Pemilihan *Talent* Anak Untuk *Television Commercials*)**

Abstraksi

Talent dalam sebuah iklan televisi (TVC) merupakan peran komunikator penyampai pesan yang memiliki andil besar dalam mempersuasi khalayak. Dunia periklanan sudah semakin berkembang yang ditandai dengan berbagai macam cara penyampaian kepada khalayak. Salah satu perkembangan yang terjadi adalah penyampaian pesan yang memakai *talent* anak-anak. *Talent* anak-anak yang ditampilkan juga bukan lagi sebagai pelengkap saja namun sudah menjalankan peran sebagai karakter penyampai pesan utama. Fenomena tersebut menjadi dasar dari penelitian ini yang memunculkan rumusan masalah Bagaimana Perspektif Perancang Iklan Dalam Pemilihan *Talent* Anak Untuk TVC?

Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data dari pihak perancang iklan yaitu agensi iklan dari dua iklan yang menjadi objek penelitian. Kedua iklan tersebut adalah iklan TRI Indie + dan iklan Lifebuoy 5 Tahun untuk NTT. Kedua iklan tersebut diproduksi oleh agensi iklan Pantarei sebagai agensi dari iklan TRI Indie+ dan agensi iklan LOWE sebagai agensi dari iklan Lifebuoy 5 Tahun untuk NTT.

Hasil penelitian menemukan terdapat lima poin penting peran anak sebagai penyampai pesan, dan menghasilkan tiga interpretasi utama, yaitu peran anak sebagai penghubung kedekatan antara brand dan khalayak (calon konsumen) peran anak sebagai penambah *value*, dan peran anak sebagai pembeda utama dari iklan lain.

Keyword : Television Commercial, Talent, Anak, Perspektif, Agensi, iklan, peran.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang atas berkat rahmat dan bimbinganNya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang merupakan skripsi ataupun tugas akhir studi penulis. Perkembangan periklanan sejauh ini sudah mengalami kemajuan. Masyarakat sudah menjadikan tayangan iklan sebagai salah satu konsumsi media yang dimana terdapat konten yang dapat memanjakan diri *audience* seperti informasi akan suatu produk, pengetahuan umum, sampai dengan bentuk hiburan yang merelaksasikan pikiran.

Para karakter “pengisi” iklan pun semakin beragam, bukan hanya para remaja, keluarga besar, tetapi juga anak-anak yang dengan polosnya turut menyampaikan pesan kepada *audience*. Hal ini memang cukup sering merambah dunia iklan, sebut saja Afika yang membintangi iklan OREO dan karakter anak-anak dalam iklan TRI Indie+

Melihat fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait anak-anak sebagai karakter penyampai pesan dimana nantinya penelitian ini akan menghasilkan deskriptif kualitatif mengenai seberapa jauh peran anak digunakan sebagai karakter penyampai pesan, baik dari alasan masing-masing agensi sampai dengan hasil intepretasi oleh penulis.

Pengerjaan skripsi ini berjalan baik dan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Terima kasih penulis haturkan kepada mereka yang senantiasa membantu dalam pengerjaan skripsi ini. Mereka adalah :

1. Kedua Orang Tua penulis yang selalu mendoakan.
2. Ibu Desideria Cempaka S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan memberikan motivasi dan inspirasi dalam bimbingan.
3. Ibu F. Anita Herawati SIP, M.Si., selaku dosen pembimbing KKL yang memberikan ilmu dalam hal penulisan secara teknis.
4. Bapak AR dan Bapak AB yang bersedia menjadi narasumber dari penelitian ini.
5. Teman-teman penulis antara lain Antoni Yulian, Astrid Agus, Arnold Pinem, Cynthia Roefinal, Lidya Otte, Clauvila Nandra Sumawan, Marselinus Andi, Ryan Ericko, Amadeus Severino, Dea Ramadani, Mega Putri, Neza Aninda, Paskalis Ferdinan, Yolanda Naibaho, Yorgen Kopong, Hita Wangse, Ertina Anggraeni, Fransisca Vivie, Pius Hantoro, Miria Pradita, Florensia Samodra, Hermiyani, Seraficha Gischa, Eunike Ayu Patricia, Yolanda Frederica, Dyva Yulisda, Kristina Tri Astuti, Kelas TEKOM E dan semua teman penulis lainnya yang belum bisa disebutkan satu per satu.

Penulis mengharapkan kritik serta saran dari pembaca yang akan berguna untuk kemajuan skripsi ini dan semoga skripsi ini juga turut memberikan manfaat bagi pembaca.

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Cover.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Dokumen.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar, Grafik & Bagan.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Bab I : Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kerangka Teori	7
G. Kerangka Konsep	18
H. Metodologi Penelitian.....	21
Bab II : Deskripsi Objek Penelitian	
A. Agensi Pantarei.....	28
1. Tentang Agensi Pantarei	28
2. <i>Mission, Belief and Credo</i>	28

3. <i>Achievements and Works</i>	30
4. Pantareians	31
B. Agensi Lowe Indonesia	35
1. Tentang Lowe Indonesia.....	35
2. Visi dan Misi Lowe Indonesia	38
3. Struktur Organisasi Lowe Indonesia	43

Bab III : Hasil dan Analisis Data Temuan

A. Deskripsi Data Temuan.....	46
1. Objek dan Narasumber Penelitian	46
2. Proses Komunikasi Perancang Iklan	47
3. Alur Kerja Department dalam Agensi	48
4. Kebutuhan <i>Audience</i>	49
5. Karakter Penyampai Pesan	49
6. Iklan Yang Dihasilkan	51
Peran <i>Talent</i> Anak sebagai <i>Stopping Power</i>	53
Peran <i>Talent</i> anak sebagai <i>Breaking Clutter</i>	55
Peran <i>Talent</i> Anak sebagai media pembelajaran	57
Peran <i>Talent</i> Anak Memunculkan Kedekatan Dengan Konsumen	60
Peran <i>Talent</i> Anak Dimunculkan Sebagai Bentuk Kepedulian	62
B. Analisis Hasil Penelitian	63
1. Anak-anak sebagai penghubung kedekatan emosional antara iklan dengan <i>audience</i>	63
2. Anak-anak sebagai pemenuh kebutuhan <i>audience</i>	

dan penambah *value*.....66

3. Anak-anak sebagai bentuk identifikasi iklan oleh *audience*.68

Bab IV Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan.....71

B. Saran73

Daftar Pustaka.....75

Lampiran.....78

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian	24
Tabel 2.1 Triangulasi Karakter Anak Sebagai <i>Stopping Power</i>	54
Tabel 2.2 Triangulasi Karakter Anak Sebagai <i>Breaking Clutter</i>	56
Tabel 2.3 Triangulasi Karakter Anak Sebagai Media Pembelajaran	58
Tabel 2.4 Triangulasi Karakter Anak Memunculkan Kedekatan	61
Tabel 2.5 Triangulasi Karakter Anak Dimunculkan Sebagai Bentuk Kepedulian.....	63

DAFTAR GAMBAR, GRAFIK & BAGAN

Grafik 1. Belanja Iklan di Indonesia Tahun 2012.....	4
Grafik 2. Belanja Iklan di Indonesia Tahun 2013.....	4
Bagan 1. Model Komunikasi Harold Laswell	8
Bagan 2. <i>Mind map</i> kerangka konsep.....	20
Bagan 3. <i>Mind map</i> Penelitian	20
Bagan 4. Triangulasi Sumber Data.....	23
Bagan 5. Struktur Organisasi Pantarei.....	32
Gambar 1. Potongan Iklan Indie+, versi pendek (30 sec)	34
Gambar 2. Potongan Iklan Indie+, versi lengkap (60sec)	34
Bagan 6. Struktur Organisasi LOWE.....	43
Gambar 3. Potongan iklan 5 Tahun untuk NTT	45
Gambar 4. Potongan iklan 5 Tahun untuk NTT	45
Gambar 5. Anak penyampai pesan pada iklan TRI Indie+ dan Lifebuoy 5 tahun bisa untuk NTT	50
Gambar 6. Cuplikan iklan Lifebuoy 5 tahun untuk NTT	51
Gambar 7. Cuplikan iklan TRI Indie+.....	52
Gambar 8. Cuplikan iklan susu Milo : Victory (2010).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Dengan Agensi Pantarei.....	78
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Dengan Agensi Lowo.....	82
Lampiran 3. Cuplikan Iklan Lifebuoy 5 Tahun Untuk NTT.....	84
Lampiran 4. Cuplikan Iklan TRI Indie+ (versi panjang 60 sec.).....	87
Lampiran 5. Cuplikan Iklan TRI Indie+ (versi pendek 30 sec.).....	89
Lampiran 6. Cuplikan Pembuatan Iklan TRI Indie+.....	90